

Mehr Umzugsanfragen, mehr Aufträge und mehr Umsatz.

Erfolgreich den Kunden kontaktieren.

Umzugsanfragen in Aufträge wandeln.

Mit unserer Schritt-für-Schritt Anleitung verraten wir Ihnen, wie Sie optimal mit dem Kunden in Kontakt treten.



1.

Anfrage genau lesen

Lesen Sie die Anfrage genau bevor Sie mit dem Kunden telefonieren und machen Sie sich Notizen, falls Sie selbst Fragen haben.

2.

Sie rufen an - bauen Sie Vertrauen auf

Bei unseren Umzugsanfragen, weiß der Kunde, dass Sie als Partnerunternehmen anrufen.

Unsere Kapazitäten bei HUBERS sind ausgeschöpft. Sie übernehmen als HUBERS Partner und möchten die Daten zwecks Angebot abgleichen.

Wichtig: Je kompetenter und informierter Sie am Telefon sind, umso höher sind Ihre Chancen, dass der Kunde Ihr Angebot annimmt - bauen Sie Vertrauen auf.

Keine Fragen offen lassen

Sind alle Fragen beantwortet? Haben Sie eventuell noch welche an den Kunden?

Spätestens hier und jetzt sollte der Kunde keine Fragen mehr haben und Vertrauen zu Ihnen gefasst haben, dass er Ihnen sein Inventar und den Umzug fachmännisch zutraut - denn nicht immer geht es um einen günstigen Preis.

Verabschiedung

Klären Sie den Kunden über den weiteren Verlauf auf. Was passiert jetzt?

Sie teilen mit, dass nun alle Angaben geprüft werden und Sie sich innerhalb von 24-48 Stunden mit einem konkreten Angebot per E-Mail melden.

3.



Angebot - bestätigen Sie die Vertrauensbasis

Schauen Sie, dass Ihr Angebot kaufmännisch korrekt erstellt und ausreichend transparent ist.

Nichts ist schlimmer, als eine dahergschriebenes Angebot, was aufzeigt, dass Sie unprofessionell arbeiten.

Der Kunde denkt: So wie das Angebot ausschaut, so führt das Unternehmen auch den Umzug aus.

4.



1, 2, 3 - Nachfass

Nach 3 Tagen machen Sie Ihren Nachfass.

Sie rufen den Kunden an und möchten erst mal nur prüfen, ob er das Angebot erhalten hat.

Dies bestätigt der Kunde Ihnen. Was nun?

Fragen Sie, ob der Kunde das Anegbot nachvollziehen kann und ob etwas gegen die Auftragsvergabe spricht?

Das Kundengespräch - die 5 häufigsten Fehler.

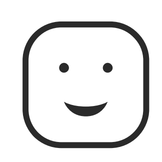
Der erste Eindruck zählt - wer unprofessionell ist oder wirkt, holt mit den billigsten Preisen keine Aufträge.

1.

Die Räumlichkeiten - von wo rufe ich an?

Zahlreiche Kleinunternehmer kontaktieren Kunden aus der Pommesbude heraus, laufend auf der Straße oder aus der eigenen Wohnung, in welcher gerade 3 Kinder miteinander spielen - Ihre Umzugsanfragen kosten Geld und bringen Umsatz: **so aber sicherlich nicht.**

Lösung



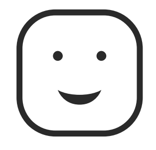
Tätigen Sie Kundenanrufe ausschließlich aus geschlossenen Büroräumlichkeiten.

2.

Die Vorstellung - unklar und undeutlich

Drücken Sie sich am Telefon klar und verständlich aus. Nicht selten versteht der Kunde während der ersten 3 Sekunden kaum ein Wort, warten Sie einen Augenblick und gehen Sie in folgender Reihenfolge vor:

Lösung



Guten Tag Frau Meyer, ich bin Peter Mustermann der Firma XY. Wir sind HUBERS Partner und haben Ihre Umzugsanfrage erhalten.

Um Ihnen das bestmlögliche Angebot zukommen zu lassen, möchte ich noch Details mit Ihnen absprechen.

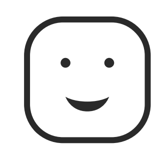
3.

Mangelnde Freude & Struktur

Strahlen Sie durch das Telefon. Bereiten Sie sich bei Ihren Telefonaten vor. Zu oft werden Fragen an falscher Stelle gestellt - vom einen Punkt zum anderen und der Kunde gewinnt den Eindruck, dass Sie strukturlos vorgehen.

Wichtig, der Kunde denkt: Wer strukturlos Gespräche führt, führt so auch seinen Umzug durch.

Lösung



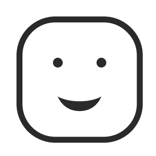
Zeigen Sie dem Kunden, dass Sie Fragen stellen und Informationen benötigen - nicht nur, damit Sie ein besseres Angebot erstellen können, sondern damit der Kunde weiß, dass Sie schlussendlich wissen, was Sie tun.

4.

Unsicherheit - ähm, joa, hmm...

Unsicherheit merkt der Kunde sofort. Ihre Aussagen und Antworten müssen wie aus der Pistole geschossen kommen, kein zögern, kein ähm, kein puh, irgendwie geht das schon, das klappt schon, hatten noch nie Probleme - jede waage Aussage stößt Sie in den Hinterhalt bei der Auftragsvergabe.

Lösung



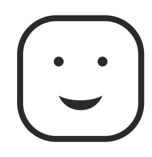
Seien Sie voller Selbstvertrauen am Telefon. Sie sind der Fachmann und jede Frage, die Sie tatsächlich mal nicht beantworten können, bringt Sie weiter.



Verbindlichkeit - sein Sie konkret

Sein Sie konkret in Ihren Aussagen und wenn Sie dem Kunden etwas zusichern, dann halten Sie dies auch. Einer der Kardinalsfehler eines jeden Dienstleisters ist es, sich an Versprechen und Zusagen nicht zu halten. Dies sorgt für Misstrauen und das möchten Sie nicht.

Lösung



Wenn Sie dem Kunden zusichern, dass er seine Angebotskorrektur vor 14:00 Uhr erhält, dann schicken Sie ihm diese auch vor 14:00 Uhr zu. Zeigen Sie, dass Sie sich an Zusagen halten.